

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Setiap tahun perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya perbankan baru di bidang syariah. Bahkan perbankan konvensional pun membuka bank baru yang berbasis syariah. Meningkatnya perbankan syariah serta minimnya pangsa pasar membuat semakin ketatnya kompetisi perbankan syariah dalam menarik nasabah. Dengan ini perbankan harus meningkatkan kualitas baik dari segi pelayanan, pemanfaatan teknologi, bahkan dekorasi ruangan demi kenyamanan nasabah saat bertransaksi.¹

Tujuan utama dalam suatu perusahaan terutama dalam bidang perbankan syariah adalah memberikan kepuasan terhadap nasabah, dan untuk mencapai kepuasan tersebut maka kualitas *Service Quality* terus ditingkatkan. Menurut Kurz & Clow jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan puas,² kemudian selanjutnya hal tersebut akan menghasilkan loyalitas nasabah.

¹ Yulisa Gardenia, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank*.

² Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : 2008) hal. 97.

Dalam dunia jasa terutama perbankan syariah, loyalitas nasabah sangatlah penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan terhadap Negara, gerakan, atau individu.³ Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.⁴

Belakangan ini, loyalitas digunakan dalam konteks bisnis, untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya. Loyalitas pelanggan pelanggan melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, dan itikad di masa mendatang.⁵

Oleh karena itu setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perbankan syariah mengupayakan untuk meningkatkan kualitas *Service Quality* agar apa yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan.⁶

Meninjau data dari Otoritas Jasa Keuangan, bahwa jumlah Bank Umum Syariah perbankan syariah pada tahun 2017 di Indonesia

³ Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, et al., *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 76.

⁴ Nina Rahmayanty. *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 13.

⁵ Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, et al., *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 76.

⁶ Fuad Ulil Hakim, *Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah*, 2015.

sebanyak 13. Salah satu diantara Bank syariah terbesar di Indonesia yaitu BRI Syariah. BRI Syariah sudah hampir memiliki cabang di penjuru Indonesia. Tercatat sampai bulan maret 2017 bahwa Kantor Pusat BRI Syariah telah mencapai 52 Bank. Sedangkan Kantor Cabang Pembantu mencapai 205 Bank.⁷ BRI Syariah pun sudah menjangkau wilayah terpencil di Indonesia, salah satunya di KCP Selong, Lombok Timur, NTB.

Berdasarkan pra riset yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa indikator dari 5 variabel *Service Quality* yang belum diterapkan oleh BRI Syariah KCP Selong. Diantaranya adalah penampilan eksterior dan interior, sarana fisik, serta ketepatan waktu.

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Pasurman (1998) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi SERVQUAL yaitu *Tangible* (bukti langsung), *Realibility* (kehandalan), *Responsibility* (daya tanggap), *Insurance* (jaminan kepercayaan), dan *Emphaty* (empati).⁸ Karena untuk menarik nasabah dalam perusahaan khususnya dalam bidang jasa adalah meningkatkan kualitas, baik kualitas pelayanan maupun yang lainnya. Walaupun Bank BRI Syariah KCP Selong sudah terbilang mempunyai nasabah yang loyal, Bank BRI Syariah KCP Selong tetap harus meningkatkan kualitas demi mempertahankan nasabah. Karena kebanyakan teori dan

⁷ Statistik Perbankan Syariah (SPS). Otoritas Jasa Keuangan. Maret Tahun 2017.

⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 148.

praktek pemasaran lebih berpusat pada seni menarik pelanggan baru daripada mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang sudah ada.⁹

Dengan menerapkan 5 variabel *Service Quality* di Bank BRI Syariah KCP Selong maka pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan begitu timbullah kepuasan terhadap nasabah. dan merujuk pada penelitian Maria Magdalena bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.¹⁰ Namun timbul pertanyaan, apakah bisa menciptakan loyalitas nasabah apabila ditinjau dari 5 dimensi *Service Quality* yaitu *Tangible* (bukti langsung), *Realibility* (kehandalan), *Responsibility* (daya tanggap), *Insurance* (jaminan kepercayaan), dan *Emphaty* (empati)?

Dengan demikian, BRI Syariah hanya menerapkan beberapa indikator dari 5 dimensi *Service Quality*, dengan begitu timbullah pertanyaan apakah BRI Syariah KCP Selong bisa membangun loyalitas nasabah hanya dengan menerapkan beberapa indikator dari 5 dimensi *Service Quality*?

Sehingga berdasarkan latar belakang diatas penulis terdorong untuk menyusun skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Selong”**

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: 2005) hal. 84.

¹⁰ Maria Magdalena, Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KPR BTN pada PT. Bank Tabungan negara TBK Cabang Padang, Jurnal KBP Vol 2 No 2 Juni, 2014.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah 5 dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah 5 dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah?
3. Diantara 5 dimensi kualitas pelayanan, mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis 5 dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis 5 dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis mana yang lebih dominan diantara 5 dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis : Untuk menerapkan teori dan konsep-konsep yang diterapkan selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan : Sebagai bahan masukan pada pihak Bank BRI Syariah KCP Selong dalam memberikan loyalitas bagi nasabah penabung.
3. Bagi Peneliti selanjutnya : Untuk memperkaya khasanah penelitian bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.

